



TATA KELOLA PERUSAHAAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK BROWNIES COKLAT DI WISATA DESA DLANGGU MOJOKERTO

Yusup

Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sehat PPNI Mojokerto

Artikel info	ABSTRAK
<p>Corresponding Author:</p> <p>Yusup yusup187021@gmail.com Universitas Bina Sehat PPNI Mojokerto</p>	<p>Ketersediaan biji coklat memberikan kesempatan bagi pelaku usaha mikro membuka peluang usaha yang signifikan bagi masyarakat setempat. Tanaman kakao, sebagai penghasil biji coklat tidak terlalu sulit untuk akses sebagai bahan baku di sekitar wilayah Mojokerto. Namun, olahan coklat di wilayah ini masih minim, sehingga diperlukan diversifikasi produk, seperti brownies coklat, dengan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran brownies coklat melalui analisis SWOT. Sistem pemasaran di Wisata Desa menggunakan pemasaran langsung melalui penjualan di tempat industri dan pemasaran tidak langsung dengan menyalurkan produk ke Kampung Coklat sebagai mitra kerja. Kekuatan produk brownies coklat di Wisata Desa terletak pada kualitas produk dan pelayanan pelanggan, sementara kelemahannya mencakup administrasi keuangan yang tidak tertulis, ketiadaan investor yang menghambat pengembangan usaha, dan kurangnya media promosi visual seperti iklan. Peluang terbesar adalah menguasai pasar lokal karena minimnya produk sejenis di Kabupaten Mojokerto. Namun, ancaman terbesar adalah fluktuasi harga bahan baku telur dan masa kadaluarsa produk yang singkat. Strategi pemasaran yang digunakan Wisata Desa dalam mengembangkan produk brownies coklat adalah dengan mengandalkan keunggulan produk.</p>
	<p>Keywords: Strategi Pemasaran, Tata Kelola, Produk Brownis</p>

This article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang menghasilkan hasil pertanian berupa tanaman pangan (padi, jagung, pisang, kacang-kacangan). Selama ini pemanfaatan hasil pertanian belum maksimal. Dalam banyak kasus, harga produk pertanian turun tajam sehingga merugikan petani. Menurut Deriani, et al, (2020) Pertanian dalam arti luas terdiri dari lima sektor: tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Kelima sektor pertanian tersebut bila dicermati secara lebih serius akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan perekonomian Indonesia ke depan. Salah

satunya adalah pengembangan ekonomi pertanian atau agribisnis (Soekartawi, 2016). Industrialisasi pertanian dikenal dengan industri pertanian yang dapat menjadi pilihan strategis dalam menjawab tantangan peningkatan perekonomian masyarakat pedesaan dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat pedesaan. Sektor pertanian merupakan sistem pengelolaan terpadu sektor pertanian dan sektor industri untuk menambah nilai dari produk pertanian (Anindita, 2015). Agriindustri merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi sektor pertanian sehingga menjadi kegiatan yang sangat produktif pada masa modernisasi pertanian. Modernisasi sektor industri di tingkat nasional berpotensi meningkatkan nilai tambah pendapatan, sehingga meningkatkan pendapatan ekspor (Saragih, 2021).

Industri kecil yang berkembang di Indonesia adalah industri makanan. Keberadaan industri pangan di Indonesia dapat bersifat padat karya dan mendorong berdirinya industri-industri penunjang seperti industri pengolahan makanan, produk-produk dan industri susu kemasan, kacamata, dll. Sektor pertanian harus memegang peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam hal pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional (Prayudhi et al, 2022). Kehadiran agroindustri di pedesaan diharapkan dapat meningkatkan permintaan produk pertanian karena sektor pertanian memegang peranan yang sangat penting dalam mengubah produk pertanian menjadi produk pertanian yang lebih bermanfaat (Soekartawi 2016). Mengingat pentingnya transformasi ekonomi masyarakat saat ini, orang menjadi lebih bersemangat, mencari pekerjaan, mengalami perubahan yang lebih baik, mewujudkan kehidupan dan keluarga mereka, dan orang lain yang kesulitan, Anda akan diminta untuk mencoba lagi untuk membantu orang lain. Selain faktor tersebut, masyarakat saat ini harus lebih kreatif dalam mencari pekerjaan. Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan salah satu bahan tanaman perkebunan yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama sebagai sumber lapangan kerja, pendapatan dan devisa negara. Mengingat peran perkebunan kakao yang sangat penting, baik produksi maupun kualitas produk perlu ditingkatkan. Hal ini juga membantu mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama bagi produsen kakao. Tanaman kakao (*Theobroma cacao* L.) berasal dari Amerika Selatan. Karena tumbuh di hutan hujan, mudah diperoleh karena melimpah di setiap daerah (Ambarini, 2015).

Perkembangan kakao di Kabupaten Mojokerto dimulai pada tahun 2008, yang ditanam di tiga kecamatan yakni Pacet, Trawas, dan Gondang. Mulai tahun 2010, kakao kemudian dikembangkan di dataran rendah tanpa menggunakan naungan. Hasilnya cocok dan bisa berproduksi tinggi. Hingga pada tahun 2018, berdiri pabrik coklat yang merupakan wujud dari program hulu hilir komoditi kakao di Kabupaten Mojokerto. Sampai dengan saat ini, di Kabupaten Mojokerto terdapat lahan kakao seluas 281,25 hektar dengan jumlah petani 458 orang. Lokasi pengembangan berada di 12 kecamatan yakni Trowulan, Trawas, Jatirejo, Gondang, Bangsal, Pungging, Kemlagi, Jetis, Sooko, Mojosari, Dawarblandong, dan Dlanggu sebagai sentra pengembangan. Brownies coklat adalah makanan olahan yang terbuat dari biji kakao (*Theobroma cacao* L.). Menurut Fauziyah, et al. (2020) Brownies merupakan jenis kue yang memiliki cita rasa yang khas, dengan tekstur

yang tidak melar, namun dengan rasa coklat yang dominan dan aroma coklat yang sangat kuat. Brownies telah menjadi salah satu kue terpanas dalam beberapa tahun terakhir. Cara membuatnya mudah untuk semua orang. Dengan memahami dunia usaha, diharapkan produk yang dihasilkan mampu bersaing dan diterima oleh masyarakat (Indriani, 2017). Di Kabupaten Mojokerto industri makanan yang memproduksi makanan olahan berbahan bubuk coklat masih sedikit. Dari salah satu usaha makanan olahan yang memproduksi kue brownies coklat yang ada di Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto. Sebagai usaha pengambilan sampel terhadap studi kasus tersebut penulis melakukan penelitian di Wisata Desa untuk mengetahui sistem produksi dan pemasarannya.

Sebagai data awal untuk dapat menjawab beberapa pertanyaan yang muncul, maka harus diketahui perkembangan usaha kue brownies dari segi penjualannya. Penjualan brownies bisa menghasilkan Rp 10.000.000/bln. Di musim liburan hasil yang dicapai lebih besar.karena banyak pengunjung yang datang untuk membeli oleh-oleh. Ditinjau dari segi keuntungan yang diperoleh memang kecil,karena jumlah penjualan yang lumayan banyak maka keuntunganyapun bertambah yang menjadikan permasalahan, ketika produksi banyak situasi pasar agak sepi,maka brownies ada yang kadaluwarsa,sehingga keuntungan berkurang. Faktor utama yang membuat penjualan bulanan sedikit, selera konsumen terhadap penampilan makanan pengganti olahan lainnya seperti kue bolu, cupcakes, kue bika ambon, dll. Seiring dengan perubahan konsumsi, daya beli konsumen terhadap marzipan coklat juga berubah. mengurangi. Untuk itu penulis ingin mencari jawaban dari semua pertanyaan diatas dengan melakukan penelitian terhadap produk coklat Majapahit di Wisata Desa dan mengetahui strategi apa yang digunakan dalam pemasaran kue coklat coklat. Untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan, strategi harus dirumuskan dengan cara ini. Ketika merumuskan strategi perusahaan, berbagai faktor diidentifikasi secara sistematis. Identifikasi dapat dilakukan melalui analisis SWOT, yaitu analisis berbasis logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2013).

METODE

Penelitian ini dilakukan di Dlanggu Kabupaten Mojokerto, mengingat pihak produksi dan pemasaran dapat memberikan informasi survey yang diperlukan. Periode survei adalah dari Januari hingga Desember 2023. Metode yang digunakan adalah “studi kasus”. Studi kasus adalah deskripsi pengalaman dunia nyata yang terkait dengan area yang diselidiki dan digunakan untuk mengidentifikasi poin-poin kunci, mengatasi masalah, dan meningkatkan pemahaman dan pengalaman belajar. Jumlah sampel yang diambil satu kali adalah Wisata Desa Mojokerto.

Penelitian dengan melakukan segala kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan industri terutama dengan berpartisipasi langsung dalam produksi brownies coklat yang digunakan dalam laporan penelitian. Ada dua jenis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini:data primer dan data sekunder. Data primer dari wawancara langsung dengan supervisor atau narasumber. Pengumpulan data kunci dilakukan melalui observasi yang terlibat langsung dalam proses pembuatan brownies coklat, observasi dan

pencatatan proses. Beberapa data kunci yang dikumpulkan adalah jenis material yang digunakan, jenis volume alat dari material yang akan dikerjakan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa perpustakaan yang berkaitan dengan judul kegiatan penelitian.

Analisis data menggunakan analisis SWOT dan strategi bisnis sebagai contoh, dan berkontribusi pada penentuan strategi pemasaran dengan menggunakan kinerja manajer dari fungsi operasi manajemen bisnis. Sehingga ia dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada serta kekuatan dan kelemahannya. Data yang dihasilkan dimasukkan sebagai matriks SWOT. Ketika memutuskan strategi pemasaran perusahaan, data pertama-tama dikumpulkan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal (keuntungan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Identifikasi dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, yang memungkinkan Anda untuk menganalisis faktor eksternal dan internal yang mendorong strategi produksi dan pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Objek Wisata Keluarga terkenal di Manca Negara yang terletak di Desa Randugenengan, Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto ini menyimpan sebuah destinasi yang mampu menyedot animo wisatawan lokal dan luar daerah bahkan turis asing untuk datang di lokasi Wisata Desa Bumi Mulyo Jati (BMJ) Mojopahit Mojokerto. Objek Wisata Keluarga bernuansa Mojopahit yang terletak di tengah perkampungan tersebut menawarkan beragam sajian bernuansa pedesaan dengan menu makanan dan minuman lezat dan penuh gizi berbagai macam varian yang dihasilkan dari Pabrik Cokelat Mojopahit yang terletak di lingkungan Wisata Desa BMJ Mojopahit inilah yang membuat para pejabat Propinsi Jawa Timur dan para pejabat luar Daerah, bahkan para Menteri Republik Indonesia yang kerap kali datang mengunjungi Wisata Desa BMJ Mojopahit ini.

Wisata Desa BMJ Mojopahit Mojokerto ini para pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan hamparan pohon Kakao yang subur berbuah lebat yang siap dipetik dan dikelola di pabrik Cokelat Mojopahit dengan aneka rasa dan dikemas sedemikian rupa dan siap dinikmati kelezatannya, dalam sajian minuman hangat dan dingin di bawah pohon Kakao yang rindang dan alami. Salah satu industri makanan olahan kue brownies coklat adalah produk yang menggunakan hasil tanaman kakao yang berupa bubuk coklat, Wisata Desa di kec. Dlanggu sebagai sentra industri juga melakukan perluasan pasar hingga ke Trowulan, Trawas, Jatirejo, Gondang, Bangsal, Pungging, Kemplagi, Jetis, Sooko, Mojosari, Dawarblandong. Hal itu dilakukan sebagai informasi tentang penggunaan hasil olahan tanaman kakao berupa bubuk coklat yang diolah menjadi brownies coklat.

Hasil Penjualan Brownies Coklat

Wisata Desa sebagai produsen yang menghasilkan kue brownies coklat menggunakan sistem penjualan secara langsung dan sebagai distributor atau pemasok yang menyalurkan penjualannya melalui toko, kios, warung .selain berkerja sama dengan

instansi sekolah, pemerintah, swasta dan beberapa lokasi wisata semisal kampung coklat di Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto.

Tabel 1. Hasil penjualan pada bulan Desember 2023

NO	PASAR	LOKASI	JUMLAH
1.	Lokasi Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat wisata coklat WD • Toko 	150 pak/minggu 50 pak/minggu
2.	Target konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Murid sekolah,mahasiswa • Masyarakat luas • Konsumen dengan tingkat kepentingan(hajatan) • Pekerja kantor 	100 potong/hari 150 potong/hari 100 pak /minggu 50 potong/hari

Kekuatan, Kelemahan dan Peluang Pada Pemasaran Brownies Coklat

Hal ini berdasarkan pengamatan langsung di lapangan (Wisata Desa) setelah menggunakan beberapa metode. Tahap pertama adalah tahap akuisisi data. Berikut adalah beberapa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pembuatan brownies coklat di Wisata Desa.

Kekuatan (Strengths)

Kondisi dan situasi yang mewakili kekuatan internal suatu industri atau produk merupakan pengertian dari kekuatan

- a) Lokasi strategis dekat pasar legi
- b) Manfaat produk (rasa, kemasan, kesehatan)
- c) Tidak membutuhkan modal yang banyak dan proses pembuatan yang tidak sulit
- d) Pelanggan puas dengan pelayanan yang ramah dan tulus

Kelemahan (Weaknesses)

Weaknesses adalah aktivitas bisnis yang buruk atau sumber daya yang dibutuhkan bisnis Anda tetapi tidak dimiliki. Kelemahan bisa lebih mudah ditemukan daripada kekuatan, tetapi ada beberapa kelemahan yang bukan solusi yang baik karena tidak memaksimalkan kekuatan yang ada.

- a) Beberapa kendaraan untuk mendukung saluran penjualan
- b) Tidak punya kas perusahaan
- c) Tidak menggunakan layanan iklan atau promosi
- d) Tidak ada kerjasama dengan investor.
- e) Kurangnya pengalaman bisnis.

Peluang (Oppurtunity)

Peluang merupakan faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menangkapnya. Peluang dalam hal ini tidak hanya dapat berupa peluang untuk menerima modal berupa kebijakan dan uang, tetapi juga merupakan bentuk respon masyarakat dan isu yang diangkat.

- a) Kemungkinan untuk mendominasi pasar monopoli
- b) Potensi untuk menarik investor tambahan.
- c) Kesempatan memiliki kantor cabang di Brita Regency
- d) Banyak kemungkinan transportasi pribadi untuk mendukung distribusi

e) Meningkatnya permintaan konsumen akan manfaat tertentu.

Ancaman (Threats)

Ancaman adalah faktor lingkungan negatif yang menghambat perkembangan atau operasi bisnis. Beberapa ancaman tersebut adalah:

- a) Jumlah industri kue buatan sendiri yang terus bertambah
- b) Terbatasnya produksi dan masa kadaluarsa brownies coklat.
- c) Kenaikan harga telur terutama menjelang hari raya.
- d) Daya beli konsumen menurun
- e) Penguatan regulasi pemerintah yang menjadi prasyarat sertifikasi produk.

Tabel 2. Matrik SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ul style="list-style-type: none"> a) Lokasi strategis dekat pasar Legi b) Keunggulan produk (cita rasa, kemasan dan kesehatan) c) Tidak memerlukan banyak modal dan proses pembuatannya tidak sulit d) Pelanggan merasa puas karena pelayanan yang ramah dan jujur 	<ul style="list-style-type: none"> a) Jumlah kendaraan yang sedikit untuk mendukung saluran distribusi b) Tidak memiliki kasperusahaan c) Tidak menggunakan jasa promosi atau iklan d) Belum ada kerjasama dengan investor. e) Kurang pengalaman dalam berbisnis.
<ul style="list-style-type: none"> a) Kemungkinan mampumenguasai pasar monopolistik (jumlah produsen masih sedikit). b) Kemungkinan memperoleh tambahan investor c) Peluang memiliki cabang di Kabupaten Mojokerto d) Kemungkinan memiliki banyak 	STRATEGI SO	STRATEGI WO
	<ul style="list-style-type: none"> a. Inovasi produk melalui kemasan dan label b. memperluas jaringan pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> a. menggunakan neon box sebagai sarana promosi b. menggunakan angkutan umum untuk distribusi produk

<p>angkutan pribadi untuk mendukung distribusi</p> <p>e) Peningkatan permintaan pada konsumen untuk kepentingan tertentu.</p>		
<p>TREATHS (T)</p> <p>a) Jumlah industri kue rumahan yang terus meningkat</p> <p>b) Jumlah produksi terbatas dan masa kadaluarsa kue brownies coklat.</p> <p>c) Kenaikan harga telur terutama menjelang hari raya.</p> <p>d) Daya beli konsumen menurun</p> <p>e) Peningkatan peraturan pemerintah yang menjadi syarat untuk sertifikasi produk.</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>a. Menggabungkan dengan produk makanan olahan yang sejenis</p> <p>b. Mengurangi resiko kadaluarsa dengan menjadikan ice cream brownies coklat</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>a. menggunakan bahan pengganti telur untuk mengurangi biaya produksi</p> <p>b. Bekerjasama dengan investor</p>

Tahap terakhir adalah “decision stage”, dimana beberapa strategi yang digariskan oleh SWOT-MATRIX dapat dikembangkan dan strategi yang dihasilkan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan pemasaran brownies coklat di Wisata Desa.

1. Membuat kemasan, kualitas rasa, inovasi kesehatan dan menjaga pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen merupakan salah satu yang di unggulkan dalam suatu produk.
2. Ke luar daerah untuk memperkuat jaringan pasar.
3. Bergabung dengan usaha sejenis untuk kerjasama dalam jalur pemasaran.
4. Menggunakan bahan pengganti telur untuk mengurangi biaya produksi
5. Menjalin kerjasama dengan investor.
6. Menggunakan angkutan umum sebagai sarana distribusi pemasaran produk.
7. Menggunakan neon box sebagai sarana promosi.
8. Mengurangi resiko kadaluarsa dengan menjadikan ice cream brownies coklat.

Strategi Pemasaran Brownies Coklat

Untuk memulai bisnis, baik kecil atau besar, Anda perlu mengembangkan rencana langkah-demi-langkah awal, atau "strategi". Strategi diperlukan agar hasil yang dicapai tidak terlalu besar, kreativitas pelaku usaha yaitu sumber daya yang ada dapat dimanfaatkan, dan walaupun penggunaan tidak berlebihan, hasil positif dapat dicapai dari yang direncanakan. Dukungan pemerintah untuk birokrasi sertifikasi pangan.

Menurut Sholihin, Novitasari, (2020) Dalam menentukan "strategi pemasaran" untuk suatu perusahaan atau unit bisnis, dapat dilakukan dengan menggunakan metode yang telah dijelaskan pada halaman sebelumnya yaitu analisis SWOT, namun tidak didukung oleh beberapa teori taktik bisnis sempurna. Taktik Bisnis/Strategi bisnis sering disebut sebagai aktivitas bisnis fungsional karena menggunakan kinerja manajer dalam memfungsikan aktivitas manajemen perusahaan. B. Strategi operasional, strategi keunggulan produk, strategi keuangan, dll. Dalam memajukan perusahaan ada 3 strategi yang diterapkan :

1. Membuat kemasan, kualitas rasa, inovasi kesehatan dan menjaga pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen merupakan salah satu yang di unggulkan dalam suatu produk.
2. Pilih strategi yang berfokus pada keunggulan operasional yang yang efisien untuk memajukan suatu bisnis.
3. Proses yang efisien diharapkan dapat mengurangi biaya produksi dan memungkinkan kami untuk menjual produk kami dengan harga yang lebih kompetitif.

Strategi yang Berhubungan dengan Kedekatan Pelanggan

Kategori ini adalah tentang membangun hubungan dekat dengan pelanggan, berharap untuk membangun hubungan yang langgeng dan langgeng. Penjelasan teori strategi bisnis yang menguraikan tiga strategi yang ada dalam strategi bisnis.

Ada cara untuk membantu dalam merencanakan strategi di setiap bisnis atau perusahaan yang dijamin menguntungkan para pemain garis depan. Untuk meyakini bahwa penulis dapat menerapkan strategi bisnis yang tepat dan untuk pemasaran brownies coklat di Wisata Desa, maka strategi keunggulan produk dan keintiman pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Memasuki iklan dari mulut ke mulut dimulai dengan promosi di area bisnis
2. Pasang iklan di surat kabar untuk membangkitkan minat konsumen dan pembelian produk.
3. Kami menyediakan paket yang unik dan mewah yang akan memotivasi konsumen untuk membeli.
4. Kami menjual keunikan produk kami dengan menonjolkan keunikan brownies ini baik dari segi rasa, bentuk, kemasan dan harga sesuai subbagian konsumen.
5. Kami menyediakan service jenis kue yang bisa dipesan sesuai selera konsumen.

KESIMPULAN

Sistem pemasaran yang dilakukan di Wisata Desa menggunakan sistem pemasaran langsung yaitu penjualan di tempat industri dan tak langsung dengan menyalurkan produk ke Kampung Coklat sebagai mitra kerja dalam pemasaran.

Kekuatan yang dimiliki produk olahan brownies coklat di wisata desa yaitu keunggulan produk dan pelayanan terhadap pelanggan.

Kelemahan yang dimiliki yaitu tidak mempunyai administrasi keuangan yang bagus, sehingga perusahaan akan mengalami penurunan produksi, tidak memiliki investor sehingga berdampak pada pengembangan usaha dan tidak adanya media promosi secara visual semisal iklan.

Peluang terbesar yang mungkin diperoleh dalam pengembangan pemasaran kue brownies coklat di Wisata Desa adalah menguasai pasar dikarenakan masih minimnya produk sejenis di Kabupaten Mojokerto.

Ancaman terbesar yang dihadapi dalam pemasaran brownies coklat adalah harga bahan baku telur yang berubah-ubah dan masa kadaluarsa produk yang singkat yakni sekitar 10 hari.

Strategi pemasaran yang digunakan Wisata Desa dalam mengembangkan produk makanan olahan brownies coklat adalah strategi bisnis, yaitu keunggulan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini. (2015). *Brownies*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Anindita, Ratya dkk, (2015). *Ekonomi Pertanian*, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan.
- Deriani, dkk, (2020). *Pengembangan Usaha Dan Rebranding Produk Yuki Brownies*. Vol. 3, No.1. 6 – 12
- Fauziyah, dkk. (2020). *Effectiveness of Steamed Brownies Base on Fermented Black GlutinousRice on Decreased Waistt Circumference in Abdominal Obesity*. Vol. 7, No. 2. 201 – 203.
- Indriani. (2017). *Modern & Classic Brownies*. Jakarta: Gramedia
- Kotler. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Prayudhi, Luhur Aditya & Zamrodah, Yuhanin, (2022). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk brownies coklat pada UD Dhenok Group*. *Journal Viabel Pertanian*. (2022), 16(1) 52-59
- Rangkuti, Freddy., (2013), *SWOT BALANCED SCORECARD*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Saragih,B.(2021). *Pembangunan Pertanian*.Kalimantan. De Publish.
- Sholihin, Novitasari, (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus D. Frotuna Brownies Kukus Gresik)*. Vol. 9, No.1. 33 – 44
- Soekartawi, (2016). *Agribisnis : Teori dan Aplikasinya*. Jakarta.Rajawali Press.